TABLE DES MATIÈRES

CHAPITRE I. INTRODUCTION À LA VEILLE 3

SECTION 1. POUR FAIRE UN BON VEILLEUR 3
I. Les bases de la veille sur Internet 3
SECTION 2. NOTION DE VEILLE : MÉCANISMES 5
I. Histoire et terminologie 5
II. Veille stratégique ou intelligence économique : définitions 6
III. Ce que n'est pas la veille 7
IV. Information blanche, grise et noire 9
SECTION 3. MÉTHODOLOGIE : ÉLABORER UN DISPOSITIF DE VEILLE 10
I. Détermination du ou des sujets considérés comme stratégiques pour l'organisation 10
II. Définition de l'angle sous lequel il convient de suivre le thème 10
III. Cerner le sujet à suivre 11
IV. Identifier les points d'accès utiles 12
V. Lister et/ou rechercher les contacts à prendre 12
VI. Mise en place du plan de veille 13
SECTION 4. PILOTAGE : LES 4 « COMMENT ? » DE LA VEILLE 15
I. Comment Trouver/Recevoir ? 16
II. Comment appréhender ? 17
III. Comment rendre compte ? 18
IV. Comment capitaliser ? 19

CHAPITRE II. LES OUTILS DE RECHERCHE GÉNÉRALISTES AU SERVICE DE LA VEILLE 20

SECTION 1. LES OUTILS GÉNÉRALISTES AU SERVICE DE LA VEILLE 20
I. Les répertoires généralistes 21
II. Les moteurs généralistes 28
Tableaux comparatif répertoires / moteurs 30
III. Quelques moteurs de recherche 30
IV. Éléments de méthode de recherche appliqués aux moteurs de recherche 34
V. Enregistrer un profil de recherche sur un moteur 36
VI. Quelques fonctions avancées essentielles de Google 37
VII. Les méta-outils et agents de recherche 40
SECTION 2. LES OUTILS SPÉCIFIQUES À SON PROPRE DOMAINE 45
I. Les répertoires thématiques ou portails sectoriels 45
II. Les sites spécialisés : la cartographie web de son secteur d'activité 46

CHAPITRE III. INTRODUCTION AU WEB 2.0 48

I. Notion de Web 2.0 48
II. Outils emblématiques du web 2.0 (aperçu) 50
III. Le Web 2.0 au service de la veille et de la recherche d'information 52

CHAPITRE IV. LES AGRÉGATEURS D'ACTUALITÉ AU SERVICE DE LA VEILLE 55

SECTION 1. NOTION D'AGRÉGATEURS D'ACTUALITÉ 55
I. Google Actualités 55
II. Wikio 62

CHAPITRE V. LES OUTILS DE RÉSEAU SUR LE NET 71

I. Lettres d'informations, listes de discussions 71
II. Les forums 73
III. Les blogs d'experts 74
IV. Les réseaux sociaux 76
V. Le réseau Twitter 78

CHAPITRE VI. LES OUTILS D'ALERTE PAR COURRIEL 80

I. Principes de fonctionnement des alertes 80
II. Les Alertes de Google 81
III. Les alertes sur l'actualité de Wikio 84
IV. Quelques sites proposant des alertes par courriel 86

CHAPITRE VII. LE MONDE DES FLUX RSS 96

SECTION 1. NOTION DE FLUX RSS 96
I. De la syndication de sites aux flux RSS 96
II. Ouverture des flux RSS aux internautes 98
SECTION 2. QUELQUES EXEMPLES DE LECTEURS 102
I. Les autonomes 102
II. Les intégrés 103
III. L'envoi par courriel : le stock garanti 108
IV. Les lecteurs web 108
SECTION 3. LES OUTILS DE TRAITEMENT DES FLUX RSS 110
I. Filtrer ses flux 110
II. Les modules d'x-Fruits 114
III. Les modules d'ExtraLabs 115
IV. Le cas de Google Reader : mode d'emploi allégé 116
V. Pour mémoire : Netvibes et iGoogle 124
SECTION 4. DU BON USAGE DES FLUX RSS 126
I. Chercher des flux 126

CHAPITRE VIII. LES OUTILS DE SUIVI DE SITES OU DE PAGES 128

I. Wysigot 128
II. Followthat page 131
III. Watch 360 133
IV. Update Scanner (plug-in pour Firefox) 133
V. Autres outils de suivi de pages et de sites 133

CHAPITRE IX. LES MOTEURS PERSONNALISÉS 134

I. Principe des moteurs personnalisés 134
II. Google CSE 134
III. Quelques autres moteurs personnalisables 139

CRÉDITS DOCUMENTAIRES 140

II. VEILLE STRATÉGIQUE OU INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE : DÉFINITIONS

Parmi toutes ces variantes, nous retiendrons le concept de *veille stratégique* qui est à notre sens le plus approprié pour englober la grande diversité des applications possibles des techniques de veille sur Internet exposés dans de cette étude.

Définition de la veille stratégique

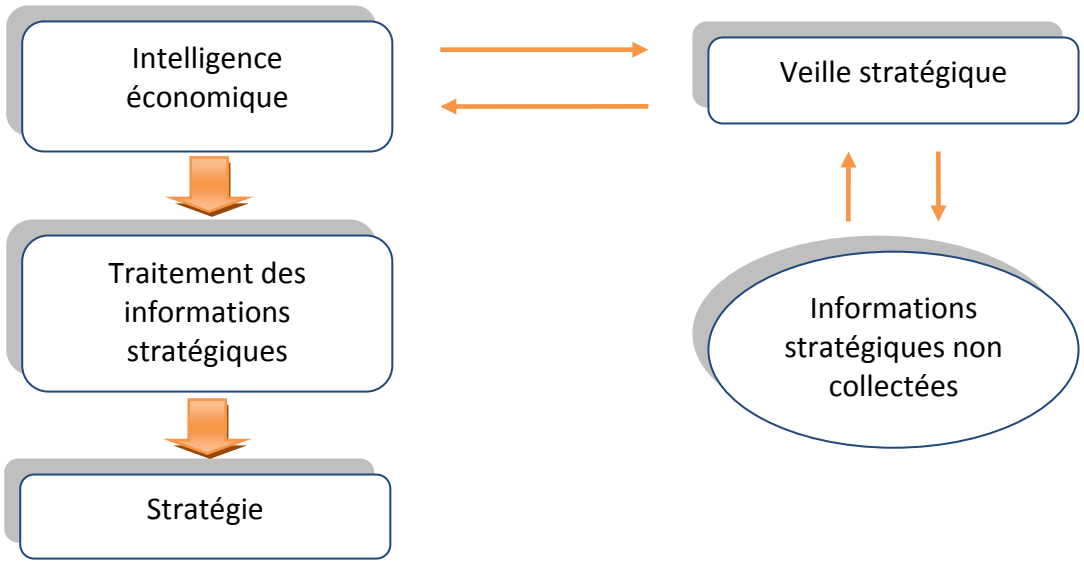
La veille stratégique regroupe les techniques de recherche documentaire et de traitement de l'information permettant la prise de décision stratégique pour une entreprise ou une administration, voire un État (d'après la définition de Wikipédia)

Ne pas confondre : *Veille stratégique* et *intelligence économique* ne sont pas synonymes. La veille stratégique relève plutôt de la tactique, c'est-à-dire de méthodes d'approche et de recherche d'informations utiles à une préoccupation stratégique propre à l'entreprise ou à l'organisation considérée, laquelle préoccupation relèverait de l'intelligence économique.

Définition de l'intelligence économique

« L'intelligence économique est l'ensemble des actions coordonnées de recherche, de traitement, de distribution et de protection de l'information obtenue légalement, utile aux acteurs économiques en vue de la mise en œuvre de leurs stratégies individuelles et collectives.[2] »

La veille participe à l'intelligence économique mais ne s'y identifie pas



[2] Cette définition officielle de l'intelligence économique, est donnée par le rapport nommé "*Intelligence économique et compétitivité des entreprises*" du Commissariat Général du Plan (dit *Rapport Martre*).

III. Ce que n'est pas la veille

Pour clarifier les esprits, il peut être utile de définir notre objet en négatif : ce qu'il *n'est pas*. Cela permettra de le distinguer de concepts proches mais qui ne se recouvrent pas. Il en est ainsi d'un côté de l'activité documentaire classique, et de l'autre de l'espionnage, fût-il industriel.

1. Veille et documentation classique

La première distinction à faire : fonction de veille et fonction documentaire. Il est évident que la veille comme la documentation sont deux approches professionnelles de l'information. Mais les deux ne sont pourtant pas identiques.

La différence entre l'armée régulière et la technique du commando…

Bruno Delmas, professeur à l'École des Chartes et directeur de l'INTD jusqu'à 1996, avait coutume de définir la veille par rapport à la documentation plus classique comme *la technique de commando par rapport à l'armée régulière*. Si la documentation défriche systématiquement un terrain qu'elle a pour mission de couvrir tout comme l'armée régulière avance systématiquement en terrain conquis, la fonction de veille a pour but d'explorer les possibles, d'anticiper, de repérer les terres nouvelles à conquérir, au besoin de capter des informations sur les positions, mouvements et intentions de l'adversaire. De même la documentation suppose des moyens d'investigation plus ou moins importants mais systématiques et méthodiques alors que la veille se doit d'être à la fois plus souple dans ses méthodes et ses techniques et plus diversifiée dans ses canaux d'accès à l'information et enfin plus en pointe dans ses investigations territoriales.

2. Fonction de veille et fonction documentaire : divergences et convergences

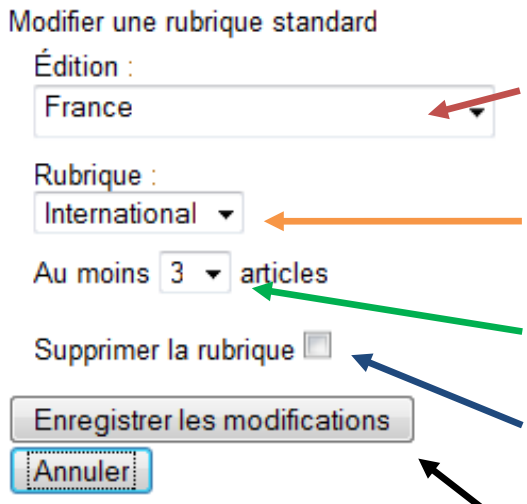
Nous insistons, la fonction de veille diffère largement de la fonction documentaire quant à ses méthodes et techniques, mais aussi quant à son esprit. Abordons les différents points de divergences et de convergences de ces deux activités.

Veille et canaux d'information

La première des distinctions réside dans les canaux d'accès à l'information utilisés. Le veilleur *fait flèche de tout bois*, c'est-à-dire que tout type de support d'information lui est potentiellement utile. Il va ainsi mettre en œuvre autant des documents classiques, publiés ou non, à l'instar des documentalistes, que des témoignages oraux qu'il suscitera en cas de besoin, des retours d'expériences, des souvenirs de voyages… ce que ne couvre pas la fonction documentaire sans converger vers une fonction de veille : c'est une première limite.

Éditer une rubrique

Pour éditer une rubrique, cliquer simplement sur celle-ci (dans le menu décrit ci-dessus), un menu contextuel s'ouvre alors :



Edition d'une rubrique

Il est possible ici de faire son marché *dans toutes les antennes de* Google News. *Sélectionner le pays voulu parmi les choix disponibles.*

Sélectionner ici le nom de la rubrique choisie. La liste de choix disponibles dépend du pays choisi.

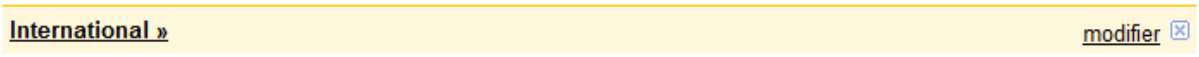
Choisir le nombre d'articles à afficher par rubrique

Cocher cette case pour supprimer la rubrique

Valider tout changement en cliquant sur ce bouton

Note : À tout moment, il est aussi possible depuis la page d'accueil de modifier le nombre de titres affichés dans une rubrique en cliquant sur le lien *modifier* à droite du titre de la rubrique.

Le lien modifier se situe à droite du titre de la rubrique ; la croix bleue sert à supprimer la rubrique



Noter les liens « Afficher plus d'articles » ou « Afficher moins d'articles » en bas de chaque rubrique.

Ajouter une rubrique standard

Cliquer pour cela sur lien éponyme *Ajouter une rubrique standard* présent dans le menu *Modifier cette page.* Un menu contextuel identique à celui ci-dessus (à l'exception de la case *Supprimer la rubrique*). Sélectionner l'édition, la rubrique et le nombre d'articles souhaités puis enregistrer les modifications

Ajouter une rubrique recommandée

La rubrique recommandée propose à l'internaute une série d'articles triée par les bons soins de *Google.* Pour bénéficier de cette option il faut bénéficier d'un compte chez *Google* et avoir activé le service d'historique (deuxième point que nous ne recommandons pas forcément). Citons *Google* présentant cette option :

CHAPITRE VI. LES OUTILS D'ALERTE PAR COURRIEL

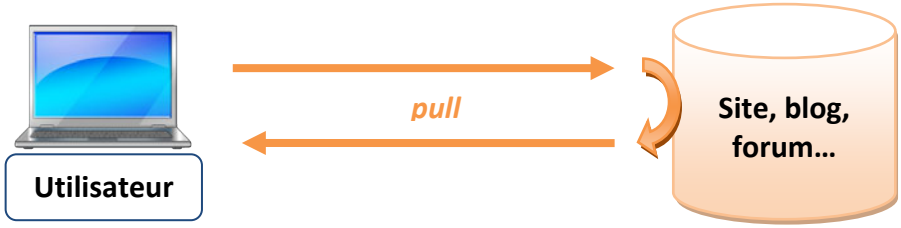
I. PRINCIPES DE FONCTIONNEMENT DES ALERTES

1. Introduction : les principes de *push* et de *pull*

Comme nous l'avons vu lors du Chapitre III à l'apparition d'Internet, le Web se limitait à une immense bibliothèque de données. L'internaute souhaitant s'informer devait alors se rendre régulièrement sur les différents sites producteurs d'informations.

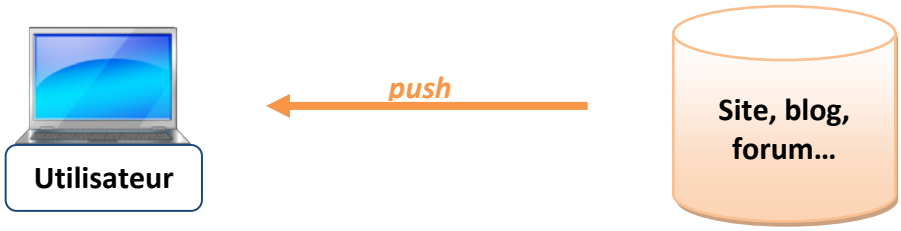
Cette méthode de consultation est appelé *pull* : le *client* (l'internaute) va chercher (« tirer ») son information sur le site (producteur d'informations).

Le pull **:** *l'utilisateur va chercher son information*



Une autre méthode de consultation – bien connue elle aussi – est celle du *push* : le *serveur* envoie les informations au *client.* La réception de courriel sur son poste de travail constitue l'application la plus courante de cette méthode.

Le push **:** *l'utilisateur reçoit les informations*



À l'issue de ces précisions, il apparaît évident que la notion de *push* est un élément essentiel pour un dispositif de veille plus efficace. Cependant le *pull* est lui aussi un élément fondamental, notamment lors de la phase de recherche. Il ne faudra donc pas le négliger.
En effet, si un système de *push* permet une économie de travail considérable en automatisant la réception des informations, la mise en place de celui-ci et son maintien à jour ne pourraient être possibles sans un minimum de recherche de type *pull*. Notons aussi que les producteurs de sites n'offrent pas forcément la possibilité d'envoyer directement leurs informations à l'utilisateur.

On pourrait facilement comparer la réception d'informations issues de flux à la réception d'alertes par courriel que nous avons abordé au Chapitre VI. En effet, les caractéristiques communes sont nombreuses[16].

Repérer un flux RSS

On repère facilement si un site offre un fil RSS par le logo qui s'active dans le navigateur, sur la page d'accueil et pointant en général vers la page d'abonnement au flux.

L'activation du logo sur la page d'accueil d'un site indique la possibilité de s'abonner au(x) flux RSS du site

Celui-ci s'affiche à côté de l'adresse du site (*Firefox*) ou dans la barre d'outils (*Internet Explorer*)

Une fois sur cette page[17], l'utilisateur n'a plus qu'à choisir le mode d'abonnement qui lui convient (nous y revenons en détail plus loin dans ce chapitre) pour créer un fil permanent entre son lecteur de flux RSS et le site proposant le flux.

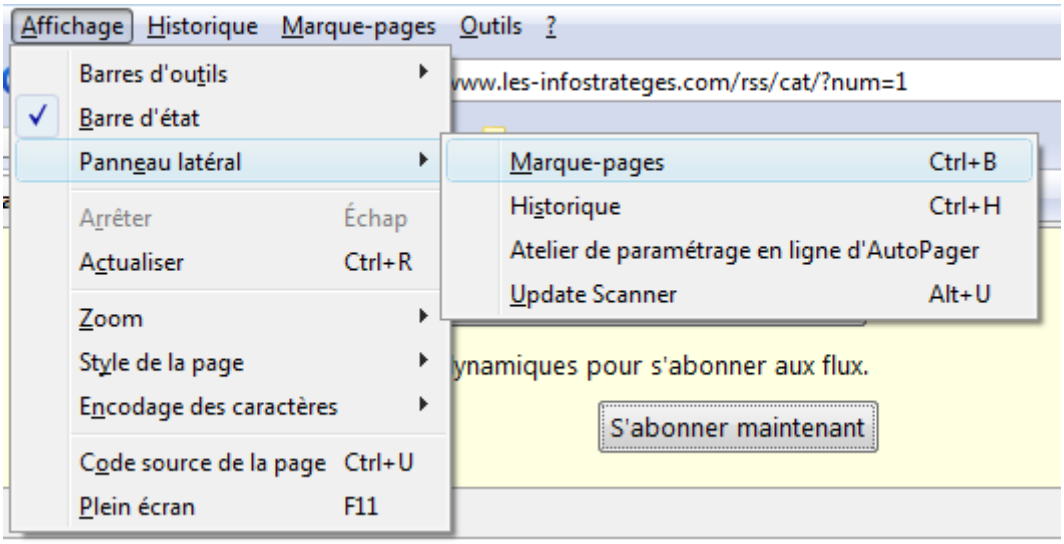
2. Typologie des outils

Il existe plusieurs types de lecteurs de flux RSS, et parmi ceux-ci, des outils plus ou moins avancés et offrant des services plus ou moins performants.

Lecteurs autonomes

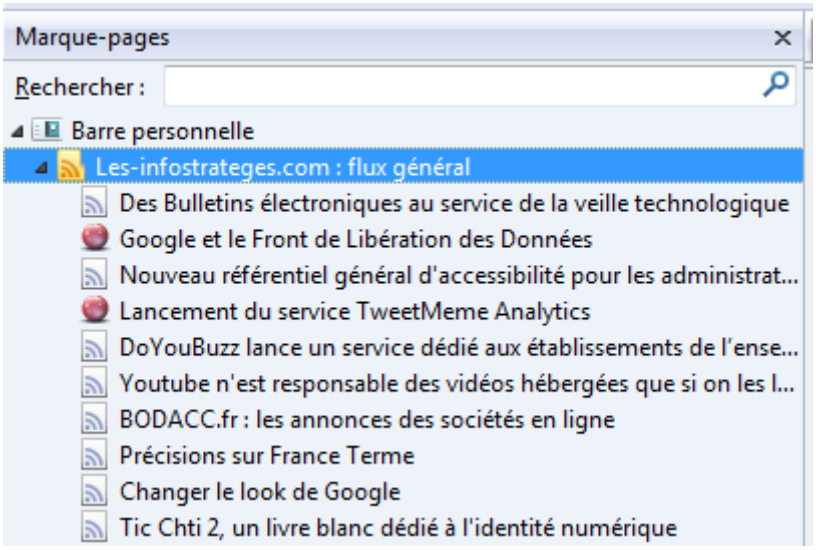
Un lecteur autonome est un logiciel qui s'installe sur son poste de travail. Ce type d'outil présente l'avantage de lire des flux RSS et de stocker localement toutes les informations collectées, facilitant ainsi leur consultation, leur classement et leur traitement ultérieurs, même lorsque l'ordinateur est déconnecté du réseau. On les préfère généralement lorsque la veille revêt un caractère confidentiel ; stocker ses informations stratégiques directement sur son poste de travail limite les risques de fuites que l'on prête parfois aux lecteurs de type web[18] (voir page suivante).
L'installation s'effectue comme pour tout logiciel, par le biais d'un fichier d'installation à télécharger. Certains lecteurs autonomes écrits en Java ne nécessitent pas d'installation.
Les options de réception et de conservation proposées par les lecteurs autonomes sont généralement nombreuses ; une phase de paramétrage sera donc nécessaire pour tirer le meilleur parti de ce type d'outil.

[16] À ce propos il n'est pas rare d'entendre parler d'*alertes* RSS.
[17] Après avoir cliqué sur le logo.
[18] À tort ou à raison, c'est une toute autre question…



Consultation des flux via le panneau latéral

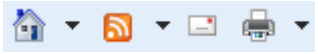
Sélectionner ensuite le menu dans lequel est enregistré le marque-page dynamique.


Marque-pages
Rechercher :
Barre personnelle
Les-infostrateges.com : flux général
Des Bulletins électroniques au service de la veille technologique
Google et le Front de Libération des Données
Nouveau référentiel général d'accessibilité pour les administrat...
Lancement du service TweetMeme Analytics
DoYouBuzz lance un service dédié aux établissements de l'ense...
Youtube n'est responsable des vidéos hébergées que si on les l...
BODACC.fr : les annonces des sociétés en ligne
Précisions sur France Terme
Changer le look de Google
Tic Chti 2, un livre blanc dédié à l'identité numérique

Affichage du panneau latéral

Abonnement à un flux sur Internet Explorer

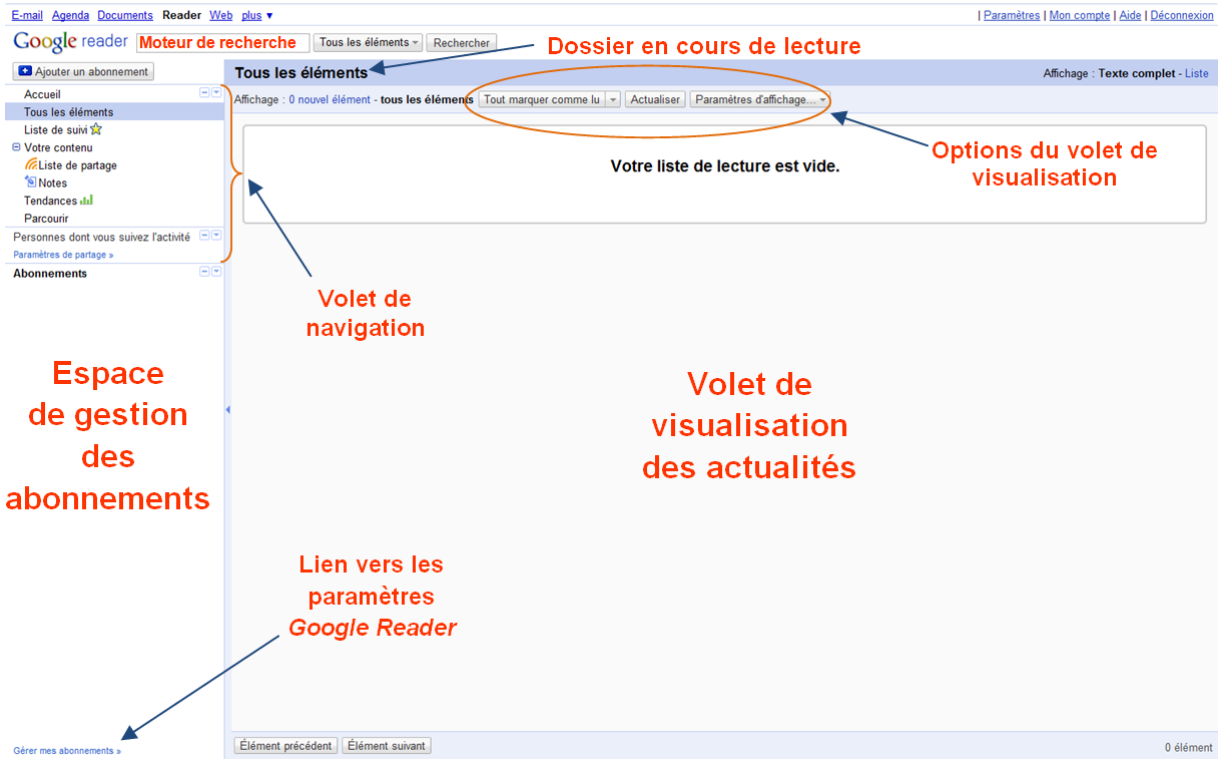
Sur *Internet Explorer* le principe reste le même, il suffit de cliquer sur l'icône lorsqu'elle s'affiche dans la barre d'outils.



Une fois sur la page d'abonnements, cliquer sur *M'abonner à ce flux* et entrer les paramètres suivants dans la boite de dialogues.

Présentation de l'interface

En guise d'introduction à ce mode d'emploi allégé de *Google Reader*, nous proposons une copie d'écran commentée de l'interface qui servira de référence aux différents points abordés par la suite.


Dossier en cours de lecture
Options du volet de visualisation
Volet de navigation
Espace de gestion des abonnements
Volet de visualisation des actualités
Lien vers les paramètres Google Reader
Votre liste de lecture est vide.

Copie d'écran de la page d'accueil de Google Reader

Lorsqu'on arrive sur l'application *Google Reader*, deux volets principaux apparaissent :

- À gauche le volet des listes, des flux, des dossiers et des tags, bref, de tous les « conteneurs » d'actualités ;
- À droite le volet destiné aux visualisations.

On notera également la présence du lien *Gérer mes abonnements* permettant d'accéder au *Panneau de configuration* de *Google Reader.*

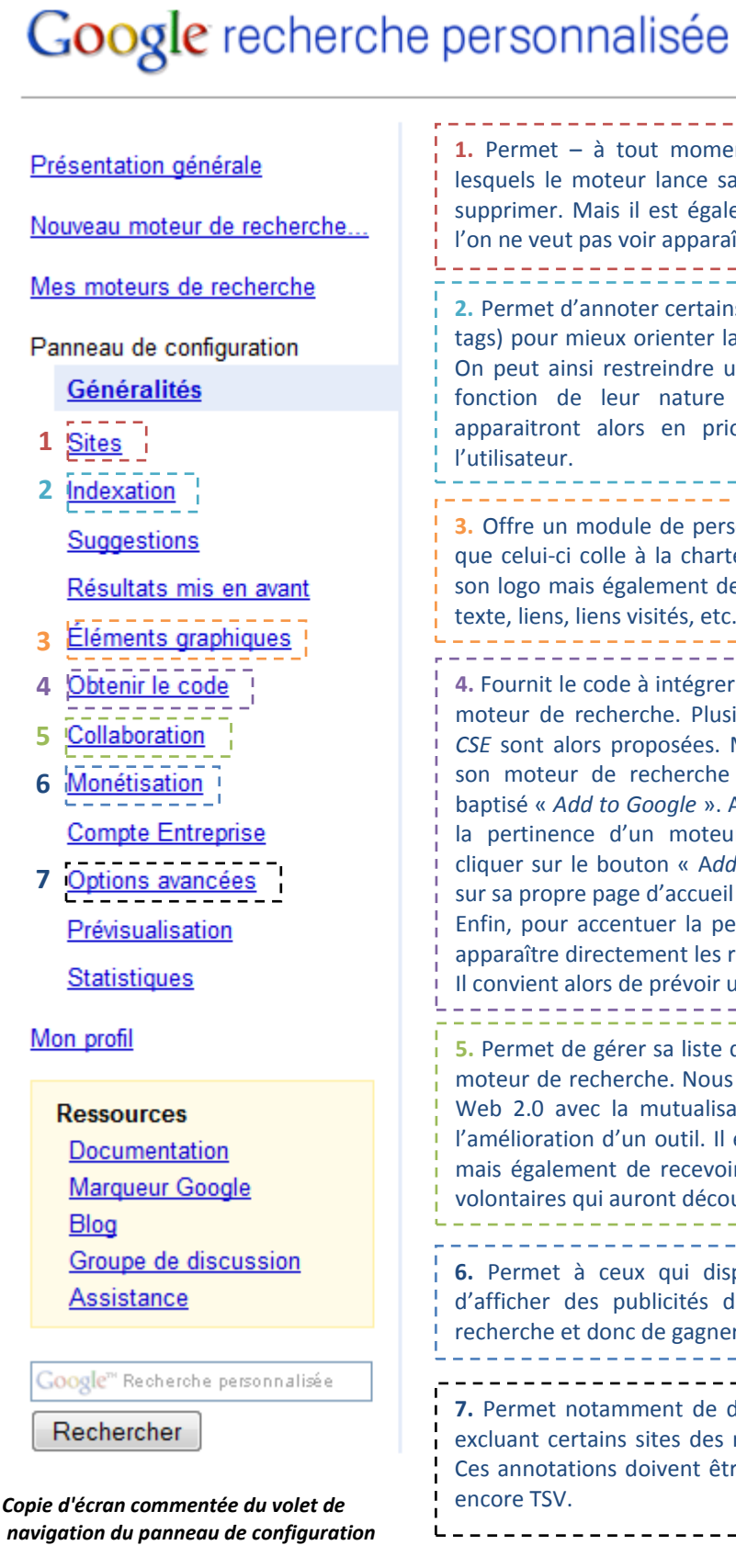
2. Opérations sur les flux

Nous abordons premièrement les opérations de base à effectuer sur les flux ; comment les intégrer et surtout qu'en faire une fois abonné.

S'abonner à un flux

Pour s'abonner à un flux, cliquer sur la boite *Ajouter un abonnement*. Celle-ci s'ouvre. Coller l'adresse du flux RSS et cliquer sur le bouton *Ajouter*.
Le flux est ensuite visible dans *L'espace de gestion des abonnements* sous la forme ci-dessous – l'exemple est tiré d'une *Alerte Google* convertie en flux RSS :

Alertes Google - (int... (62)



Copie d'écran commentée du volet de navigation du panneau de configuration

1. Permet – à tout moment – de modifier la liste de sites sur lesquels le moteur lance sa recherche. On peut en ajouter et en supprimer. Mais il est également possible d'exclure des sites que l'on ne veut pas voir apparaître dans les résultats.

2. Permet d'annoter certains sites via des labels (autrement dit des tags) pour mieux orienter la recherche des utilisateurs du moteur. On peut ainsi restreindre une recherche, taguer certains sites en fonction de leur nature ou de leur langue. Certains sites apparaitront alors en priorité en fonction de la requête de l'utilisateur.

3. Offre un module de personnalisation graphique du moteur afin que celui-ci colle à la charte de son site. Il est possible d'intégrer son logo mais également de choisir la couleur des éléments (titre, texte, liens, liens visités, etc.) dans les pages de résultats.

4. Fournit le code à intégrer dans son site pour faire apparaître son moteur de recherche. Plusieurs présentations du moteur *Google CSE* sont alors proposées. Mais il est aussi possible de syndiquer son moteur de recherche en récupérant le code d'un bouton baptisé « *Add to Google* ». Ainsi, un utilisateur qui serait séduit par la pertinence d'un moteur de recherche *Google CSE* pourrait cliquer sur le bouton « *Add to Google* » afin d'afficher ce moteur sur sa propre page d'accueil Google personnalisée.
Enfin, pour accentuer la personnalisation, Google permet de faire apparaître directement les résultats dans une page de son site web. Il convient alors de prévoir une iframe sur son site.

5. Permet de gérer sa liste de contributeurs chargés d'améliorer le moteur de recherche. Nous sommes, à nouveau, dans une logique Web 2.0 avec la mutualisation des connaissances au service de l'amélioration d'un outil. Il est possible d'inviter des contributeurs mais également de recevoir des propositions de collaboration de volontaires qui auront découvert votre moteur.

6. Permet à ceux qui disposent d'un compte *Google AdSense* d'afficher des publicités dans les résultats de son moteur de recherche et donc de gagner un peu d'argent.

7. Permet notamment de déterminer les annotations incluant ou excluant certains sites des résultats de son moteur de recherche. Ces annotations doivent être compilées au format OPML, XML ou encore TSV.